



**ANALISIS FAKTOR PENDORONG KONTRIBUSI ONLINE
USER DI SITUS USER GENERATED CONTENT DETIK
TRAVEL**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro Semarang

Penyusun

Nama : Alif Ibrahim

NIM : D2C007003

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2014

ABSTRAKSI

Judul : Analisis Faktor Pendorong Kontribusi Online Pengguna di Situs
User Generated Content Detik Travel
Nama : ALIF IBRAHIM
NIM : D2C007003

Detik Travel, sebuah portal berita online khusus informasi seputar *travelling* yang mengadopsi sistem *user generated content*, dimana pengguna bisa menjadi lebih dari sekedar pembaca, tapi juga ikut menyumbangkan konten berupa tulisan maupun foto mereka. Dengan keleluasaan tersebut, Detik Travel tidak hanya menarik perhatian banyak online user, tetapi juga berhasil menjadi portal berita dengan jumlah interaksi dan kontribusi online tertinggi dibanding situs *travelling* lain di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor apa sajakah yang menjadi pendorong tingginya kontribusi online oleh pengguna di si situs Detik Travel. Dengan pendekatan *exploratif*, penelitian ini berusaha melihat 13 variabel dengan total 30 indikatornya. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis faktor dengan teknik *non-probability sampling* dengan jumlah populasi *sampling* sebanyak 52 sample. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan tiga prosedur yaitu uji *Bartlett test of sphericity* serta pengukuran MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) dan Pengelompokan faktor menggunakan pengukuran PCA (*Principal Component Analysis*) sehingga ditemukan faktor utama dari keseluruhan variabel pendorong kontribusi online di Detik Travel.

Hasil penelitian menemukan bahwa ada 7 faktor utama pendorong kontribusi online di situs *User Generated Content* Detik Travel, yaitu : (1) *Actualization*, (2) *Compensation*, (3) *Information exchange*, (4) *Accuracy*, (5) *Belonging*, (6) *Acknowledgement*, dan (7) *Advanced information*.

Kata kunci : User Generated Content, Kontribusi Online, Analisa Faktor

ABSTRACT

Judul : Factor Analysis of User Online Contribution Driver In User
Generated Content Website Detik Travel
Nama : ALIF IBRAHIM
NIM : D2C007003

Detik Travel, an online news portal that is focused on travelling news making a break through by adopting system user generated content into their website, so their users had not only chance to be more than just a reader of their content, but also to be a contributor by uploading article, reviews and photos about travelling destination. By doing so, Detik Travel not only attract a lot of attention to online users, but also they succeed to be an online news portal with the highest number in rating, users interaction and activities among other similar themed websites in Indonesia.

This research aimed to find the main factor that drive users online contribution toward Detik Travel. Using exploratif approach, this research gathers 13 variables and total 30 indicator. In this research, the metode that is used is factor analysis metode with non-probability sampling technique and 52 population samples. Data Analysis done through 3 steps including *Bartlett test of sphericity*, *MSA (Measure of Sampling Adequacy)* and finally *PCA (Principal Component Analysis)* to be able to find the main factors from all the previous factors that really drive online contribution in Detik Travel.

This research found that there are seven main factor that drive online contribution in User Generated Content website Detik Travel including (1) *Actualization*, (2) *Compensation*, (3) *Information exchange*, (4) *Accuracy*, (5) *Belonging*, (6) *Acknowledgement*, and (7) *Advanced information*.

Keywords : Factor Analysis, Online Contribution, User Generated Content Web.

Detik Travel, sebuah portal berita online khusus informasi seputar *travelling* yang mengadopsi sistem *user generated content*, dimana pengguna bisa menjadi lebih dari sekedar pembaca, tapi juga ikut menyumbangkan konten berupa tulisan maupun foto mereka. Dengan keleluasaan tersebut, Detik Travel tidak hanya menarik perhatian banyak online user, tetapi juga berhasil menjadi portal berita dengan jumlah interaksi dan kontribusi online tertinggi dibanding situs *travelling* lain di Indonesia. Hal ini lah yang membuat situs Detik Travel menarik untuk diteliti. Banyaknya faktor yang memungkinkan sebuah website *user generated content* untuk lebih diminati pengguna membuat peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian tentang analisis faktor pengguna website *User Generated Content* untuk mengetahui faktor pendorong kontribusi online pengguna (*user*) di situs *user generated content* Detik Travel.

Secara akademis penelitian ini dapat digunakan sebagai kajian lanjutan tentang perilaku seseorang dalam melakukan *information sharing* di dunia online terutama di sebuah *website user generated content*. Dan secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang faktor pendorong user berkontribusi di sebuah website UGC. Dengan begitu akan membantu praktisi dalam menentukan fitur yang penting dalam merancang sebuah website UGC yang menarik partisipasi masyarakat luas.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian eksploratif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini berusaha melihat faktor-faktor pendorong kontribusi pengguna di Detik Travel dengan menggunakan 2 konsep. Yang pertama yaitu dari *persepsi pengguna terhadap fitur website* yang

dilihat berdasarkan teori uses and gratification dan UGC driver, kemudian yang kedua dari konsep *motivasional* yang melihat dari sisi motivasi pengguna. Proses awal penelitian ini adalah dengan menentukan variabel dari kedua konsep tersebut yang kemudian didapatkan sebanyak 13 variabel dengan masing-masing indikatornya. Variabel pada konsep persepsi pengguna terhadap fitur website antara lain adalah terhadap fitur news, reviews, trips planning, interaction&content sharing, reward, social media linkages dan online index. Sedang untuk variabel pada konsep *motivasional* di antaranya adalah motivasi knowledge, accomplishment, stimulation, external regulation, introjected regulation dan intergrated regulation. Dari ketiga belas variable tersebut kemudian didapatkan total sebanyak 30 indikator.

Setelah mendapatkan data responden mengenai keseluruhan variabel awal, kemudian menggunakan teknik analisis faktor, peneliti berusaha mereduksi dan menemukan kelompok variabel baru yang jumlahnya lebih sedikit dan mampu menjelaskan keseluruhan faktor atau variabel awal. Proses analisa data menggunakan pengukuran MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) dan Pengelompokan faktor menggunakan pengukuran PCA (*Principal Component Analysis*) yang memiliki tujuan untuk mengetahui faktor mana yang berpengaruh dalam mendorong seorang user dalam berkontribusi di situs Detik Travel. Analisis dilakukan dengan bantuan program komputer *Statistical Package for Social Science (SPSS) for window*.

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

Sebagai portal informasi yang menggunakan sistem *user generated content*, Detik Travel memiliki rating yang tinggi berdasarkan jumlah interaksi serta kontribusi online penggunanya. Tingginya kontribusi pengguna tersebut tentunya tidak terlepas dari beberapa faktor. Dari hasil penelitian, ditemukan sebanyak tujuh faktor utama yang menjadi pendorong kontribusi online pengguna di situs Detik Travel yaitu : (1) *Actualization*, (2) *Compensation*, (3) *Information Exchange*, (4) *Accuracy*, (5) *Belonging*, (6) *Acknowledgement* dan (7) *Advanced Information*. Faktor *Actualization* menjelaskan adanya kebutuhan untuk mengekspresikan diri dalam hal ini sebagai traveller yang diakui di komunitas traveller indonesia dengan terpilih sebagai D'travellers terbaik maupun terpopuler di Detik travel.

Faktor *Compensation* menjelaskan bahwa penghargaan berupa insentif baik itu material dan non-matrial akan membantu memotivasi pengguna untuk berkontribusi secara aktif.

Faktor *Information Exchange* menjelaskan keinginan dasar seseorang untuk berbagi informasi yang mereka miliki kepada orang lain yang memiliki ketertarikan sama mengenai suatu topik. Kemampuan situs Detik Travel dalam mengakomodir kebutuhan tersebut menjadikan pengguna aktif berbagi konten dengan sesama pengguna di situs ini.

Faktor *Accuracy* menjelaskan kebutuhan akan informasi yang tepat sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. Adanya database informasi perihal informasi tujuan wisata, hotel dan penerbangan yang dengan mudah

didapat melalui fitur pencarian memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi secara akurat.

Faktor *Belonging* menjelaskan adanya kebutuhan pengguna untuk menemukan teman yang memiliki ketertarikan yang sama untuk berbagi. Kepemilikan konten yang berada di tangan pengguna serta ikatan emosial dari identitas baru sebagai D'travellers juga menciptakan rasa saling memiliki di antara pengguna dan situs Detik Travel.

Faktor *Acknowledgement* menjelaskan pentingnya pengakuan hak cipta terhadap setiap konten yang diunggah pengguna. Selain itu rasa bangga dengan adanya identitas pengguna di artikel yang dimuat oleh Detik Travel juga mendorong motivasi pengguna untuk berkontribusi aktif.

Dan yang terakhir, faktor *Advanced information* menjelaskan kebutuhan pengguna untuk tidak ingin ketinggalan informasi terbaru seputar dunia travelling. Dengan sistem *user generated content* yang informasinya bersifat *open source*, informasi baru akan selalu ditambah dan diperbarui, sehingga hal ini akan memudahkan pengguna untuk mengakses informasi terbaru yang mereka cari.

Dari sudut pandang akademis, penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* yang menyatakan bahwa audience secara aktif memilih medianya untuk memuaskan kebutuhan mereka. Penelitian terkait tema ini masih sangat bisa dikembangkan, terutama mengingat bahwa faktor seseorang memilih suatu media masih bisa dieksplorasi kembali dari berbagai sudut pandang maupun konsentrasi studi. Penelitian ini berfokus pada perilaku social pengguna yang dilihat dari teori komunikasi dan psikologi. Tidak menutup kemungkinan bahwa penelitian

semacam ini untuk dilihat dari sisi perkembangan teknologi digital maupun estetika desain yang juga berimplikasi pada kontribusi online pengguna di situs berbasis *user generated content*.

Dari sudut pandang praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pemahaman mengenai *online user* serta faktor-faktor yang mendorong mereka dalam interaksi maupun kegiatan *content sharing* di dunia maya terutama di situs berbasis *user generated online* seperti Detik Travel. selain itu penelitian ini juga memberikan pemahaman mengenai hal-hal yang penting untuk dimiliki sebuah website berbasis *user generated content* agar sukses menarik pengguna untuk mau bergabung di dalamnya. Hidup sebuah situs UGC sangatlah bergantung dari kontinuitas interaksi penggunanya. Banyaknya situs-situs serupa yang gagal menarik pengguna menunjukkan bahwa online user juga sangat pemilih dalam hal penggunaan media dalam berinteraksi terlebih lagi untuk mau mengunggah konten mereka. Selain kuantitas, kualitas konten yang dihasilkan juga menjadi faktor penting untuk menarik *online user*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Cook, S. 2008. *The contribution revolution; letting volunteers build your business*. Harvard Business Review. October 2008, 60 – 69.
- Deci, E., Koestner, R., Ryan. M. 1999a. *A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation*. Psychological Bulletin. 125, 627 – 688.
- Füller, J. 2006. *Why consumers engage in virtual new product developments initiated by producers*. Advances in Consumer research. 33, 639 – 646.
- Jeffrey, Scott A. and Shaffer, Victoria, (2007), *The Motivational Properties of Tangible Incentives*, *Compensation & Benefits Review* 39, 44-50
- Lerner, J., Tirole, J. 2002. *Some simple economics of open source*. *The Journal of Industrial Economics*. 2, 197 – 234.
- McQuail, Denis (1987): *Mass Communication Theory: An Introduction* (2nd edn.). London: Sage
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.
- O'Mahony, S., Ferraro, F. 2007. *The emergence of governance in an open source community*. *Academy of Management Journal*. 50(5), 1079 – 1106.
- Ryan, R., Deci, E. 2000. *Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development and well-being*. *American Psychologist*. 68 – 78.

Ryan, R., Deci, E. 2000. *Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions*. Contemporary Educational Psychology 25, 54–67
(2000)

Santoso, S. (2002). *Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat*. Jakarta: PT. Elex
Media Komputindo.

Vincent, W, S and Vickery, G. *Participative Web : User-Created Content* (2007)